媒介融合背景下西藏地区有声语言节目的发展策略

贡布顿珠
（拉萨广播电视台，西藏 拉萨 850000）

摘　要：本文对有声语言构成元素和融合媒体的内涵进行了简要梳理，从影响、新要求两个方面阐述了融合媒体背景下，西藏广播电视有声语言节目的发展需求。西藏广播电视有声语言节目的现实情况为：传播范围有较大的限制性、传播方向和风格依然传统且未能与时俱进、传播内容缺乏创新且长期维持“稳定”。为解决上述问题，文章提出探索新的竞争与合作方式、打造一支具有西藏地方特色的有声语言节目队伍等对策，希望为西藏地区影视工作者提供一定的参考。

关键词：融合媒体；西藏广播电视；有声语言节目；西藏地方特色　　**中图分类号：**G633　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）06-115-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.06.034
本文著录格式：贡布顿珠．媒介融合背景下西藏地区有声语言节目的发展策略 [J]. 中国传媒科技，2022（06）：115-117.

导语

有声语言是指在电视屏幕上，所有能够表情达意的一切声音形态，包含人声、音乐、音响等。[1] 有声语言三要素为：内容，即“说什么”；目的，即“为什么说”；方法，即“怎么说”。为提高有声语言的传播质量，提高荧屏节目的客观程度，可围绕以下几点展开：语言必须简洁、大众化、通俗化、富有灵活性。在融合媒体背景下，西藏广播电视有声语言节目需要与时俱进，找到健康发展的新方向，全面提高节目水平。

1. 电视有声语言的构成元素及融合媒体内涵简析

1.1 电视有声语言的构成元素

电视有声语言的主要构成元素大致分为三类。

1.1.1 人声语言

是指在荧屏中出现的各类人物，在表达思想和情感时发出的各种声音，包含言语、啼笑、感叹等。[2] 人声语言能够表达人的逻辑思维，完成各种信息的传递，在发声的过程中，可根据涉及的事物、情感体会等，在音调、音色、力度、节奏等方面产生多种多样的变化。同时基于语言表达，还可以塑造出情绪、性格、气质等截然不同的人物形象。在电视艺术作品中，常见的人声语言形态包含人物对白、独白、旁白、心声、解说等。

1.1.2 音乐语言

顾名思义，是指以音乐为主的电视节目等内容，主要是专为电视艺术作品编配的音乐。[3] 比如在一些悲壮、严肃的电视场景中，配以贝多芬的《命运交响曲》，观众便会感受到强烈、庄重的气氛。又如电视剧《琅琊榜》讲述了主角梅长苏为雪赤焰冤案，为了大梁国下一代能出现一位明君，选择“燃烧自己”的故事，其主题曲《赤血长殷》的旋律在哀婉中伴有不屈、坚定、沧桑、无悔等悲壮色彩，可视为梅长苏的另类内心独白。总体而言，在电视作品中，音乐语言可分为背景性、戏剧性、抒情性、描绘性、说明性等类型。

1.1.3 音响语言

在电视节目中，当人物、动物、自然景象出现一定的变化时，原本较为安静的状态很可能被瞬间打破，此时短暂出现的声音便是音响语言。此种情形只是音响语言的一部分，在电视艺术作品中，除人声语言、音乐语言之外的所有一切有声语言都属于音响语言，包含动作、自然、背景、机械、特殊类型等。

1.2 融合媒体的特性分析

顾名思义，融合媒体便是多种传统媒体融合之后，形成的一种新型媒体，可视为多种媒体类型的“集中形态”。[4] 如报纸、广播、电视、电脑、手机，既可以视作不同时代的信息传播载体，又可以看作是媒体融合后呈现出的形态。比如无线电尚未出现之前，信息传递只能以书简、纸、布匹为载体，将文字记述于其上，供人们观看，进而获得信息。在相当长的一段时间内，报纸都是人们获得信息的主要方式。在无线电技术取得突破之后，无线电发报机、广播通信成为社会的主流。之后，电视、电脑相继成为新的载体，直到互联网技术与通信技术再次得到飞跃之后，智能手机进入千家万户，只要有无线网络信号覆盖的区域，人们可以随时随地获得关注的信息。总体而言，媒体融合的特性为：传统的信息传播形式正在逐渐“消亡”，新的媒介是建立在新的生活方式基础之上，故已经成为社会主流媒介。

2. 融合媒体背景下西藏广播电视有声语言节目的发展需求

电脑、智能手机出现之前，电视有声语言“活动范围”较为狭窄，仅限于多种电视节目之中。因此，在相当长的一段时间内，电视是社会中唯一能够同时传递音频、视频、信息的媒体形式。对广播电台而言，能够“出镜”的主持人、演员、记者等必须具备专业的素质和良好的外在形象。在有声语言方面，主持人在播报新闻时，要吐字清晰、声音饱满、抑扬顿挫。此外，面部表情、神态必须落落大方，举手投足都有严格的规定，不允许出现任何附加动作。如新闻频道的主持人，面对镜头时必须腰杆挺直、双手放置于身前的桌面上，且无必要时，应长时间保持这一姿态，进而给观众带来严谨、严肃之感。如果主持人形象邋遢、吐字不清，甚至说出的话模棱两可，便会导致电视台乃至政府有关部门在观众心中的形象大

幅度降低，进而失去公信力。总之，严肃、正规、限制性相对较大，是电视作为主流媒体的特征。

电脑成为主流媒介形式意味着互联网技术已经取得了极大进展。相较于电视，互联网环境的宽松性更大，出镜人员有更多的发挥空间。比如一些主持人在电视节目中正襟危坐、不苟言笑，但到了网络节目中便会给人无拘无束之感。到了智能手机人手一台的时代，“网络直播”成为了最前沿、最火爆的形式。受此影响，大量广播电视媒体的受众转移到其他媒介领域。对有声语言节目造成的影响为：第一，传播主体的准入门槛降低。上文提到，在网络自媒体兴起的同时，网络平台为社会各个阶层“大开方便之门”，几乎所有人都可以选择自己认可的形式进行网络直播、网络视频创作。当广播电台制作的有声节目不再是受众的“唯一选择”时，电视有声语言的传播主体便面临前所未有的市场竞争压力。第二，传播场域融合影响。同样如上文所述，过去，电视节目的主持人、记者、出镜演员等都只在自己专业领域工作，可能数十年都没有较大的变化。但到了媒体融合时代，除了极少数带有官方性质的节目（如电视新闻、重大主题晚会等）之外，绝大多数传播情境下的有声语言节目的自我角色认知、情景话语、模式、受众认知等都已发生了重大改变。在一定程度上，甚至连央视《新闻联播》这样的电视节目，都潜移默化地受到了网络的影响。如央视甚至还推出了《主播说新闻》等互动性十足的全新节目。由此可见，在融合媒体背景下，电视有声语言的传播主体在方方面面都会不可避免地受到影响，故必须与时俱进。

3. 融合媒体背景下西藏广播电视有声语言的发展方向

3.1 西藏广播电视有声语言节目的现状分析

探讨西藏广播电视有声语言未来发展方向之前，需要对现实情况进行全面梳理。有资料显示，西藏广播电视有声语言的现状为：第一，在传播范围方面有较大的限制性。受地域特殊性、历史等因素的影响，西藏自治区的广播电视事业发展历程较为艰辛。比如媒体融合的局面并不是最近几年才形成，而是早在PC电脑正式走进千家万户时，便已经出现苗头。但直到2017年年底，西藏各级广播电视机构才开始探索媒体融合的传播方式。在新闻、文艺节目、特色栏目、综艺晚会等节目制作方面还是停留在传统媒体传播方式上，很难达到融媒体时代的传播理念，对讲好西藏故事，传播好西藏声音形成阻碍。比如拉萨广播电视台的《高原零距离》《文化拉萨》等节目的制作方式较为单一、内容局限性较大，没有将西藏地区的秀丽风景、民俗文化与近年来西藏地区的发展成果有效结合。第二，传播方向和风格依然传统，未能与时俱进。比如西藏地区的有声语言节目在创作方面依然沿用过去的模式，与互联网的联系不够密切。具体而言，节目依然具有强烈的“单向信息传播”属性，忽视与受众之间的“互动联系”。如主持人、制片人、记者等很少通过微博平台、微信公众号等与粉丝群体围绕生活动态、近期节目制作内容等进行在线讨论，无法及时获悉来自受众的建议等。总体而言，西藏各级广播电视机构的节目主要集中在新闻资讯、文化社科教育类节目两个方面，极少数综艺节目也都是传统的歌舞、剧场形式，极其缺少明星真人秀、选秀等能够带动人气的新型综艺节目。

3.2 探索新的竞争与合作方式

为了解决上述问题，在媒体融合的背景下，西藏广播电视有声语言节目首先应该积极探索新的竞争与合作方式，注重“走出去”和“引进来”。有学者曾经对西藏广播电视台的节目编导、制作人、主持人等进行问卷调查，结果表明：有近65%的人认为，西藏卫视的节目内容制作、工作人员自身能力相对不足，需要再学习；只有30%的人认为当前能力能够基本胜任工作。但在这30%的受访人群中，多数参与制作的节目都是汉语频道的《跟我学藏语》、藏语频道的《跟我学汉语》、拉萨广播电视台的《高原零距离》，以及《一起旅行吧》《发现拉萨》等指向性十足，内容选择本身多为传统的节目。媒体融合时代的到来，意味着传统时代的客观因素已经不再是问题，如西藏地区的平均海拔较高，但我国的移动通信运营商已经成功将无线信号基站建设到了海拔近6000米的高度处。因此，媒体融合从时间、空间两个层面改变了西藏地区信息传播难度较大的现状。受此影响，西藏广播电视的有声语言节目将会不可避免地与我国内地逐渐看齐，相关竞争不仅超越了媒体层面，还涉及到了其他行业。由于此种情况不可避免，故西藏广播电视的有声语言节目必须“主动出击”，从业者应该尽快在视野、意识、习惯、能力等多个方面完成新的积累，从而完成节目内容选择、制作形式、传递方式等全面改革。比如布达拉宫是世界非物质文化遗产，常见的关于布达拉宫的宣传节目都带有“科教片、纪录片”的性质，略显严肃，不易获得广大青年的青睐。[5] 可以探索一种全新的节目制作形式——以某个性格外向、外表具有亲和力的主持人、记者为主体，将游览布达拉宫及周边环境的过程拍摄成旅游纪录片。通过此种方式制作出的节目在播出平台方面具有普适性，完美适用电视台节目、门户视频网站以及网络直播平台。多管齐下，能够让更多的人看到不一样的西藏。

3.3 借助互联网平台挖掘新的内容资源，实现节目创作改革，彰显西藏魅力

上文所述的“旅游纪录片”主要特征为：渗透很多与互联网相关的要素。[6] 比如节目制作方面（以纪录片为例），在电视作为主流媒介的情况下，纪录片给人一种古朴、古典、严肃、感悟人生之感。为纪录片赋予此种风格的目的在于希望纪录片能够成为文化的载体，能够为传承文化做出贡献。但这种风格几乎不会获得年轻人的青睐，原因在于年轻人的生活阅历较浅，希望接触的事物充满刺激性和积极性。[7] 纪录片一旦带有说教意味，便会缺乏吸引力。基于此，西藏广播电视的有声语言节目需要借助互联网平台，搜集年轻受众的喜好，在节目创作方面进行全面改革，将西藏地区的传统文化以全新的形态展现在受众面前，感悟原汁原味的西藏文化魅力。

3.4 打造一支具有西藏地方特色的有声语言节目队伍

有关调查报告中还显示，西藏卫视中约有50%的从业者认为，西藏卫视当前实施的管理制度不够人性化，

在业务培训方面没有建立完整的体系，导致很多媒体工作者缺乏提升的机会。基于此，西藏广播电视的有声语言节目若要在媒体融合背景下找到正确的发展方向，必须打造一支具有西藏地方特色的有声语言节目队伍。具体而言：面对播音员及主持人数量少、采访任务多、节目制作压力大等问题，需要引入更多优质人才。但受地理位置原因的影响（西藏自治区位于我国西南地区，拉萨等城市的建设水平不仅与北上广深等大都市无法相比，与其他经济发达地区的省会城市、二线城市相比也有一定的差距。此外，西藏平均海拔较高，一些传媒专业的优质人才来此之后，可能无法适应高原反应），从内陆地区直接引入人才的可行性并不高。[8] 基于此，西藏地区应该注重从本地区挖潜，并从政策方面加以调整。比如地方政府可以鼓励本地区各族人民，如果家中有高考适龄学生，可报考传媒相关专业，毕业后优先推荐进入本地区广播电台、互联网直播公司工作。在不断地积累下，最终打造出一支极具本地特色的有声语言节目队伍。

结语

西藏是祖国不可分割的一部分，具有悠久的文化历史，如享誉中外的民间艺术、壮美的自然景观、丰富的人文旅游资源等。但长期以来，西藏地区与其他地区的交往不够紧密，有声语言传播的内容相对有限，很多公众对西藏地区的了解仅限于“书本内容”。在融合媒体背景下，西藏地区的新闻媒体工作者应该与时俱进，探索利用互联网平台加大有声语言传播力度、拓展传播方向的可行性，令更多的人感受西藏地区的独有魅力。媒体融合是时代所向、大势所趋，更是新时代社会发展的需要。在当今信息革命中，谁能顺应大势引领全媒体时代，谁就能把握战略主动。在推动媒体融合发展中，旗帜鲜明坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向，只有在理念、内容、形式、方法、手段等方面不断创新发展，才能使正面宣传质量和水平有明显提高。为更好地增强脚力、眼力、脑力、笔力，切实履行新闻舆论工作职责使命。我们要以习近平总书记的重要讲话精神为根本遵循，牢牢把握新闻传播规律和新兴媒体发展规律，顺应时代大潮，强化互联网思维，坚持先进技术为支撑、内容生产为根本，着力推动传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，以入耳入脑入心的有效传播，增强主流媒体的传播力、引导力、影响力、公信力，形成网上网下同心圆，为西藏长治久安和高质量发展提供强大精神力量和舆论支持。媒

参考文献

[1] 尉朝阳，程孝平．民族地区重大突发公共事件的舆论引导策略——以西藏广播电视台新冠肺炎疫情防控宣传为例 [J]. 中国广播电视学刊，2021（6）：104-106.
[2] 王彪．媒体融合背景下西藏广播电视有声语言传播主体的发展对策 [J]. 西藏研究，2020（5）：117-124.
[3] 刘东升．边疆少数民族地区广播电视事业发展研究——基于对西藏阿里地区的调研 [J]. 西部广播电视，2020（16）：18-21.
[4] 珍措．浅论西藏自治区广播电视三网融合和 IPTV 现状及发展思考 [J]. 广播电视信息，2020（5）：62-63.
[5] 王彪．角色、关系与场景——媒介融合背景下的西藏有声语言传播人才培养创新 [J]. 传播力研究，2020（24）：47-48.
[6] 李冰玉，钱静．有声语言的视觉呈现与多模态表达——以文化类节目为例 [J]. 电视研究，2019（12）：76-78.
[7] 华军．“传者善传”在有声语言传播中的实现 [D]. 广州：暨南大学，2019.
[8] 陈志桐．媒介融合背景下有声语言传播的创新策略 [J]. 传播力研究，2019（19）：72-73.

作者简介：贡布顿珠（1973-），男，西藏拉萨，副高职称，研究方向：广播电视。

（责任编辑：张晓婧）

（上接第114页）

环境的支持下，多渠道多维度加强编辑、运营技能升级，整合各平台优势，扬长避短，开拓创新，着眼融媒在市场的竞争力，以实现融媒时代下媒体的使命。媒

参考文献

[1] 李艳梅．全媒体协同生产的县级融媒体中心建设 [J]. 中国传媒科技，2019（2）：70-72.
[2] 王彩云．传统媒体与新兴媒体的融合途径研究 [J]. 创新创业理论研究与实践，2019（15）：186-187，192.
[3] 张雪蓉．广播电视在新媒体环境下的转型与发展探究 [J]. 中国有线电视，2018（12）：1362-1364.
[4] 喻国明 .VR 新闻：对新闻传媒业态的重构 [J]. 新闻与写作，2016（12）：47-50.
[5] 谢晓蝶．新媒体对广告传播的影响 [J]. 消费导刊，2020（3）：37.
[6] 魏文彦．新媒体环境下广电媒体的发展思考 [J]. 新闻前哨，2019（11）：89-90.
[7] 张勇．关于城市台媒体融合的思考 [J]. 新闻传播，2019（22）：69-70.
[8] 许盛循．融媒体背景下电视民生新闻的创新与发展探究 [D]. 哈尔滨：哈尔滨师范大学，2016.

作者简介：崔著礼（1973-），男，山东诸城，编辑，研究方向：新闻编辑、新闻采访、新闻媒体融合。

（责任编辑：胡杨）